

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil uji hipotesa dan pembahasan yang telah dilakukan maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Semakin tinggi nilai yang dirasa akan meningkatkan kepuasan yang berarti bahwa semakin tinggi nilai yang dirasa oleh pengguna laptop Asus maka pengguna akan semakin puas terhadap laptop Asus.
2. Kepuasan yang tinggi tidak meningkatkan Loyalitas yang berarti bahwa semakin tinggi kepuasan pengguna laptop Asus tidak membuat pengguna menjadi loyal terhadap laptop Asus.
3. Citra Merek yang baik akan meningkatkan loyalitas yang berarti bahwa semakin baik citra merek laptop Asus di benak pengguna, maka akan meningkatkan loyalitas pengguna laptop Asus.
4. Nilai yang dirasa dapat membentuk kepuasan, tetapi ketika sebuah kepuasan terbentuk, belum tentu akan meningkatkan loyalitas karena pengaruh dari kepuasan tersebut kecil.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

1. Tidak adanya pernyataan terbuka dalam kuesioner pada penelitian ini yang bisa menggambarkan hasil penelitian ini menjadi lebih luas.
2. Dikarenakan luasnya wilayah Surabaya, maka penyebaran kuesioner tidak bisa merata menjangkau seluruh daerah di Surabaya.

### 5.3 Saran

Berdasarkan analisis yang dilakukan maka dapat diberikan saran – saran yang sekiranya bermanfaat bagi pihak – pihak yang terkait dengan penelitian ini. Adapun saran – saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan Asus

Bagi sebagian pengguna laptop Asus, citra merek laptop Asus belum tentu lebih baik dibandingkan dengan merek laptop yang lain . Karena, jika dilihat dari kenyataannya, laptop Asus juga bersaing dengan laptop-laptop merek lainnya yang bisa saja citra mereknya lebih baik dibandingkan dengan laptop Asus. Pihak Asus di harapkan dapat meningkatkan citra mereknya misalnya dengan menjadi sponsor dalam suatu acara atau menggunakan *brand ambassador* dalam peluncuran produk terbaru.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Agar diperoleh hasil penelitian yang lebih baik, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambah variable penelitian karena ada variable lain dalam penelitian ini yang mempengaruhi loyalitas, antara lain citra perusahaan,kualitas yang dirasa dan kualitas layanan tetapi di penelitian ini tidak di uji dan

menambahkan pertanyaan terbuka pada kuesioner untuk menggambarkan hasil penelitian yang lebih luas.

## DAFTAR RUJUKAN

- Asus Kuntit Acer Di Pasar *Notebook* Konsumer  
(<http://inet.detik.com/read/2012/06/21/171601/1947481/317/asus-kuntit-acer-di-pasar-notebook-konsumer>. Diakses pada, 8 April 2013).
- Asus *Product Guide* September – Oktober 2011
- Buttle, Francis. 2007. *Customer Relationship Management*. Malang: Bayumedia
- Hsi Liao,Kun. 2012. The Causal Effect Of Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction On Customer Loyalty In The Leisure Resort Enterprise. *China-USA BusinessReview*. Vol.11-No.5.2012. Pp 631-642.
- Hsun-Sheng,Hsu,, Chen, Wun-Hwa dan Hsue,Jung-Tan. 2008. Application Of Customer Satisfaction Study To Derive Customer Knowledge. *Total Quality Manajemen*.Vol. 17-No.4.2008 Pp 439-454.
- Imam, Ghozali. 2011. *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Amos 19.0*. Semarang: BP UNDIP.
- Ini Merek-Merek *Gadget* Paling Disukai Di Indonesia.  
(<http://tekno.kompas.com/read/2012/02/23/15191671/Ini.Merek.merek.Gadget.Paling.Disukai.di.Indonesia>. Diakses pada, 24 Maret 2013).
- Juliansyah, Noor. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip, Armstrong, Gary. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid I*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip, Keller, Kevin . 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid I*. Jakarta: Erlangga
- Maholtra, Nearest K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Edisi Keempat Jilid I*. Jakarta: Indeks.
- Solomon, Michael R, *et al*2008. *Marketing Management*. New Jersey Penerbit *Prentice Hall*
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen : Implikasi Dalam Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.

Sekaran , Uma.. 2009. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.